

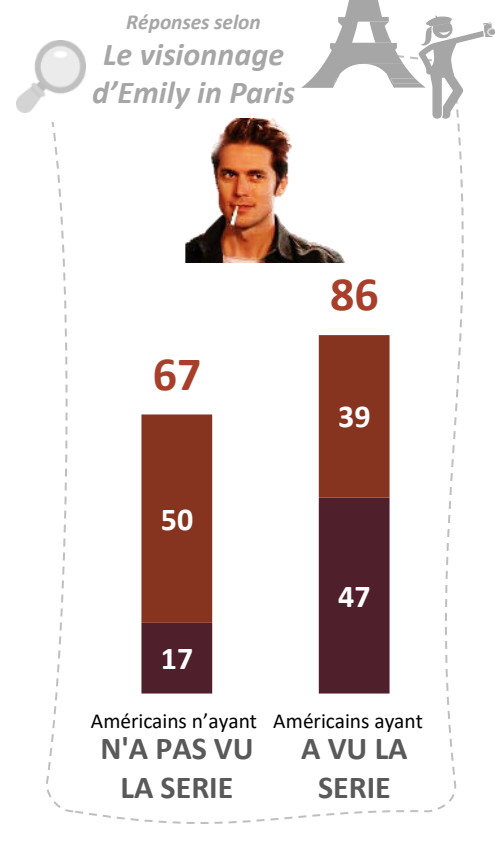
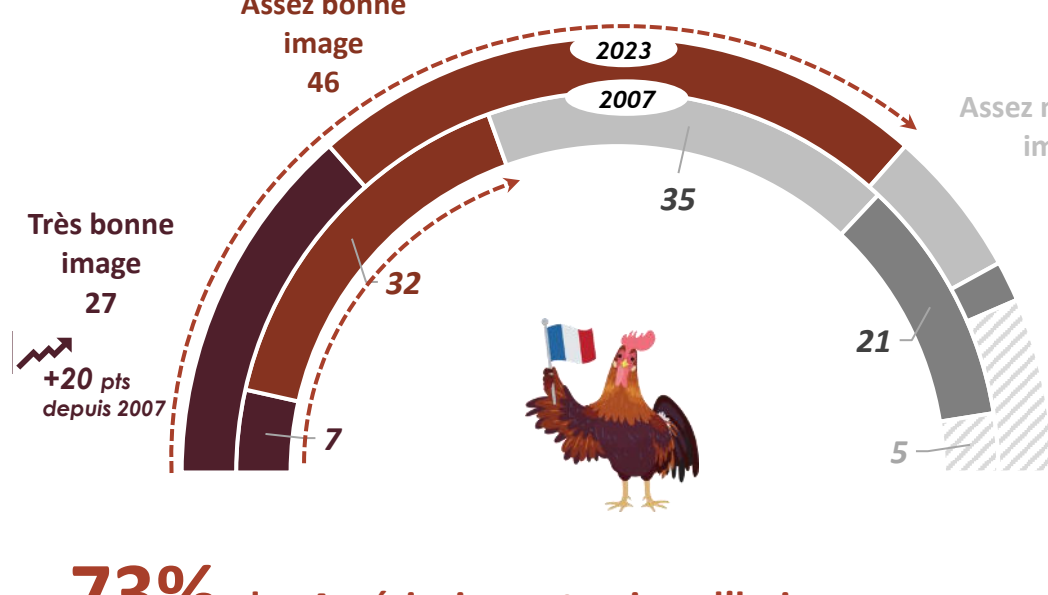
LE REGARD DES AMÉRICAINS SUR LES « FRENCHIES » ET PARIS AU PRISME D'EMILY IN PARIS



I. L'EFFET « EMILY » SUR L'IMAGE DES FRANÇAIS ET L'ATTRACTIVITE DE PARIS

1 L'IMAGE DES FRANÇAIS AUX ETATS-UNIS S'EST CONSIDÉRABLEMENT AMÉLIORÉE EN UNE QUINZAINE D'ANNÉES, avec une côte de popularité « boostée » par le visionnage de la série Emily in Paris

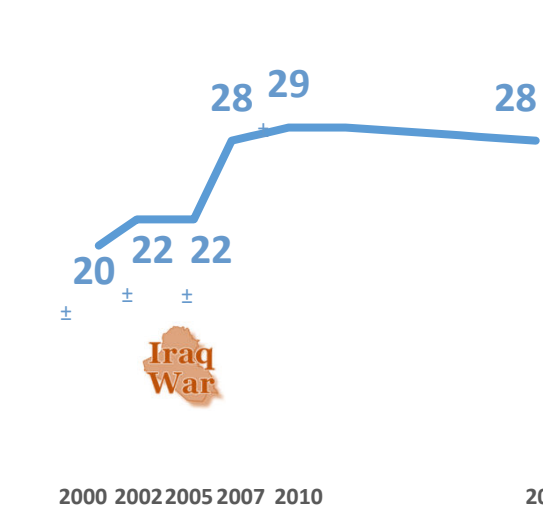
Q : Avez-vous une très bonne, une assez bonne, une assez mauvaise ou une très mauvaise image des Français ?



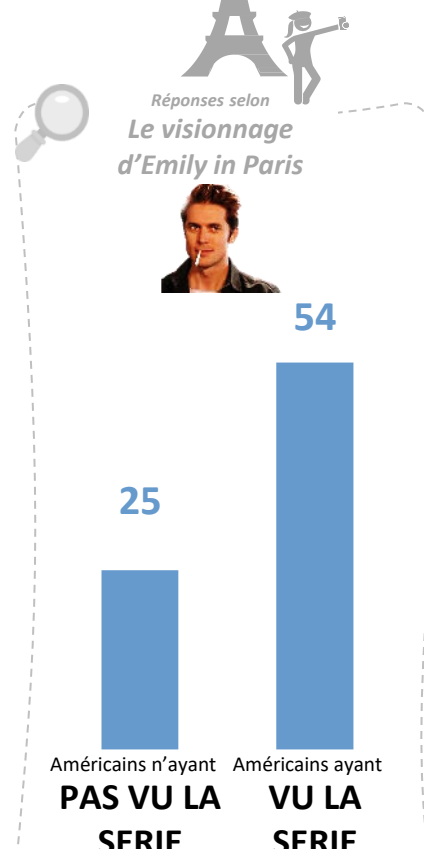
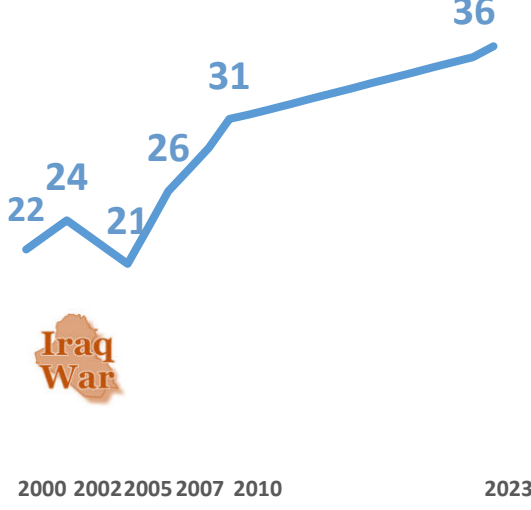
73% des Américains ont aujourd'hui une bonne image des Français, contre **39%** en 2007*

2 LE REGAIN DE FRANCOPHILIE DE LA POPULATION ÉTATS-UNIEENNE TRANSPARAÎT AUSSI DANS LE NOMBRE RECORD D'AMÉRICAINS QUI EXPRIMENT LE DÉSIR DE « VIVRE EN FRANCE »

« Travailler en France »



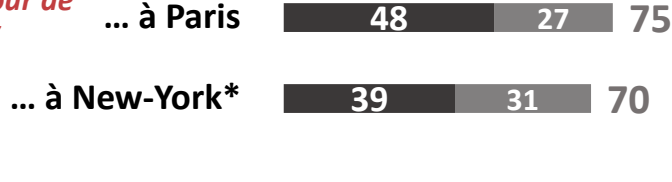
« Vivre en France »



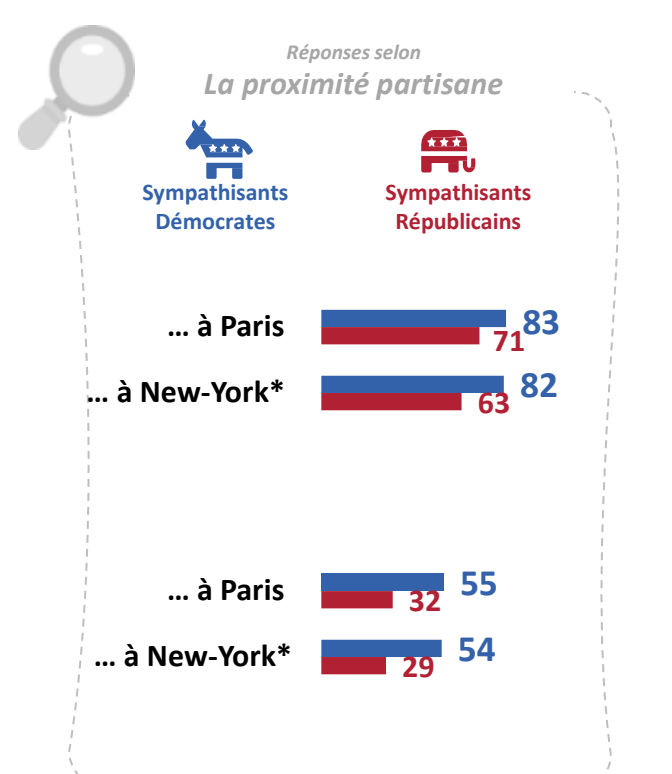
3 AUSSI ATTRAYANTE QUE NEW YORK, PARIS A UNE FORCE D'ATTRACTION QUI N'EST PAS SEULEMENT TOURISTIQUE, notamment chez les Américains les plus jeunes, urbains et progressistes



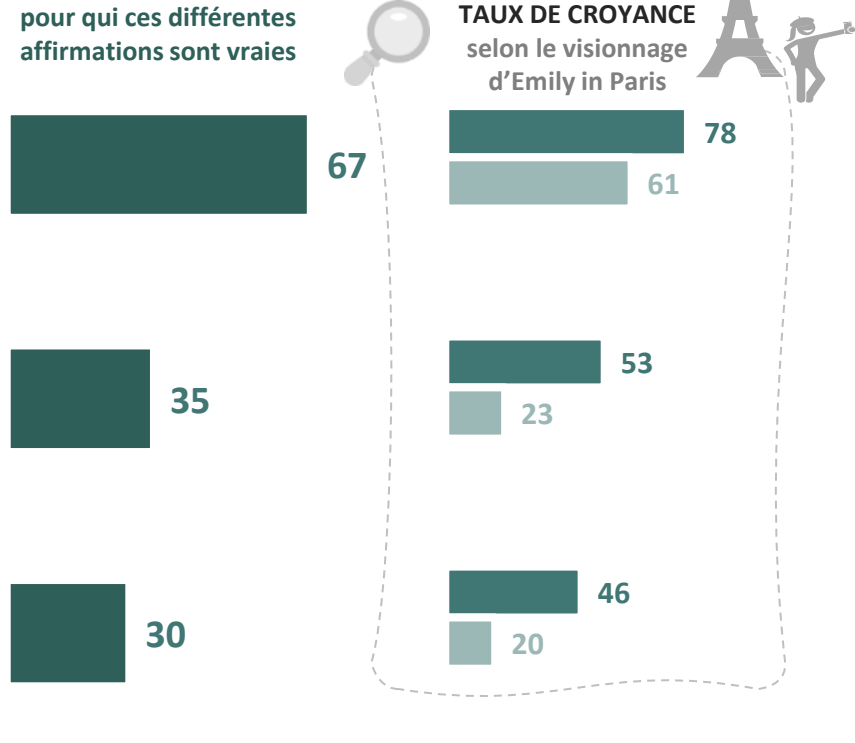
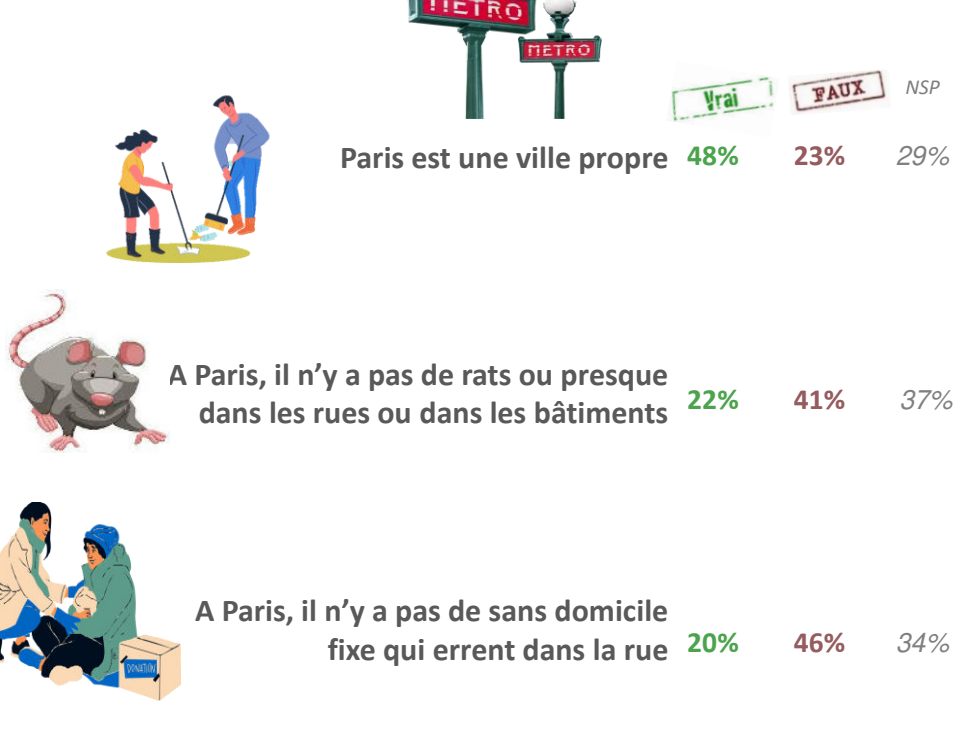
Effectuer un séjour de quelques jours / semaines...



Effectuer un séjour d'une année (ex : travail, études...)...

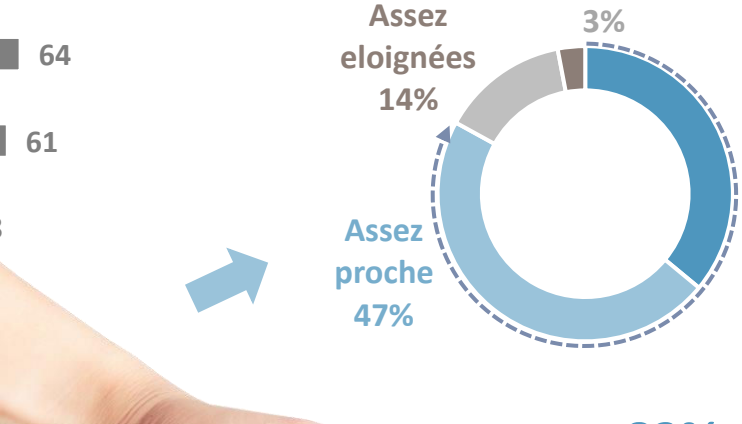
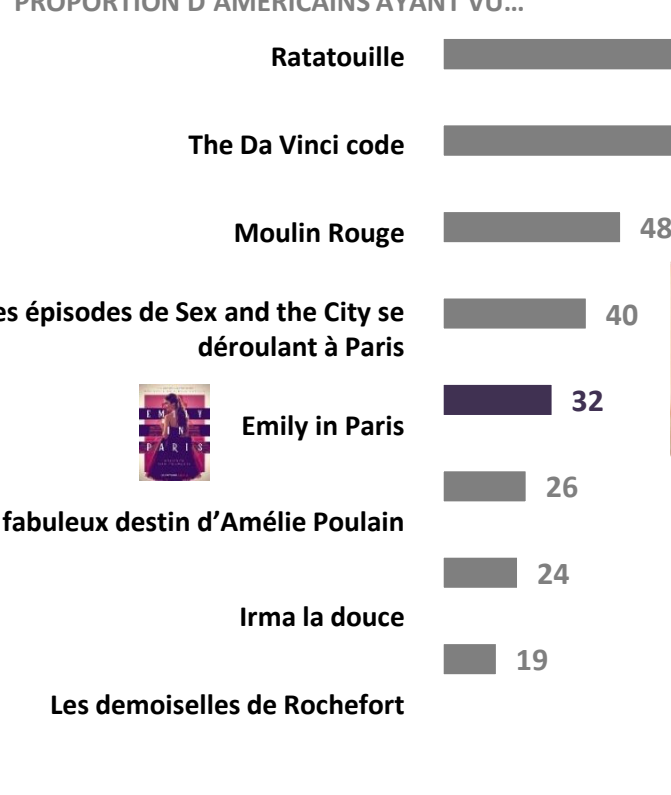


4 PARIS VU PAR NETFLIX... LES AMÉRICAINS NE CROIENT PAS QUE PARIS SOIT UNE VILLE SANS RATS NI SDF MAIS CE CLICHÉ D'UNE VILLE ASEPTISÉE EST TRÈS PRÉGNANT CHEZ LES FANS D'EMILY IN PARIS



5 VUE PAR UN AMÉRICAIN SUR TROIS, EMILY IN PARIS RENVOIE UNE IMAGE DE LA CAPITALE PROCHE DE LA RÉALITÉ POUR LA PLUPART D'ENTRE EUX

Q: D'après vous, l'image de Paris et de ses habitants que renvoie la série « Emily in Paris » est-elle très proche, assez proche, assez éloignée ou très éloignée de la réalité ?



83% des Américains estiment que l'image qu'« Emily in Paris » renvoie de Paris est proche de la réalité

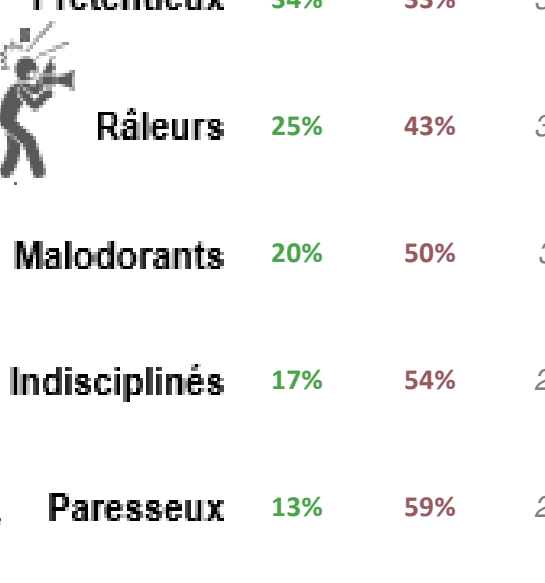
* Base : Américains ayant exprimé une opinion. Le non-réponse est indiquée en gris, mais le pourcentage d'adhésion a été recalculé sur la base des répondants s'étant exprimés

II. SNOBS, PARESSEUX, RALEURS, SEDUCTEURS... LES CLICHÉS PESANT SUR LES FRANÇAIS PERSISTENT MAIS ILS SONT RAREMENT NEGATIFS

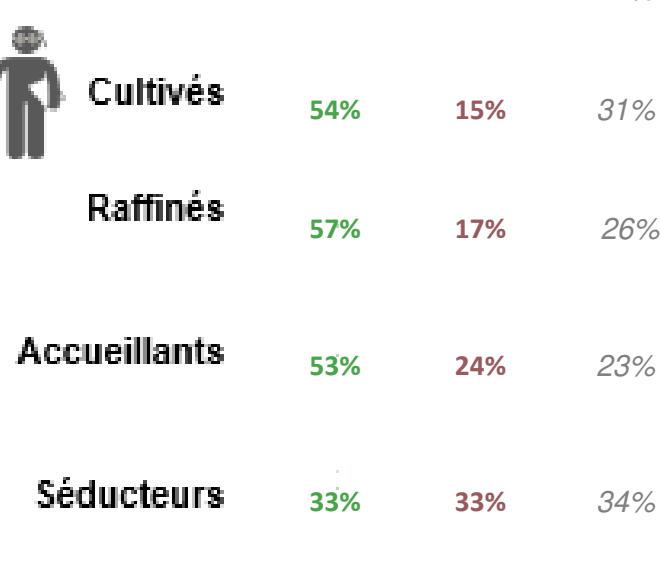
6 L'IMAGE DES FRANÇAIS EST GLOBALEMENT POSITIVE, NOMBRE D'AMÉRICAINS LES PERCEVANT COMME RAFFINÉS ET CULTIVÉS

Q: D'après vous, chacun des qualificatifs suivants est-il vrai ou faux ? D'après vous, les Français sont...

Clichés négatifs



Clichés positifs



7 CONTRAIREMENT AUX IDÉES REÇUES, LES FRANÇAIS NE SONT PAS PERÇUS COMME DES PARESSEUX OU DES GRÉVISTES mais leur gout pour les longues « pauses dej' » est bien identifié...

Relations au travail, usages en milieu professionnel

En France, les salariés peuvent prendre de longues pauses déjeuner au restaurant

PROPORTION D'AMÉRICAINS* POUR QUI C'EST « VRAI »

En France, les salariés peuvent prendre de longues pauses déjeuner au restaurant

En France, on ne parle pas « business » lorsque l'on rencontre une relation professionnelle (ex : clients) en dehors des horaires de travail

En France, on ne parle pas « business » lorsque l'on rencontre une relation professionnelle (ex : clients) en dehors des horaires de travail

En France, il est admis de fumer à l'intérieur de son lieu de travail (ex : bureau)

En France, il est admis de fumer à l'intérieur de son lieu de travail (ex : bureau)

En France, il est admis socialement d'avoir des relations professionnelles (sex : clients, prestataires...)

En France, il est admis socialement d'avoir des relations professionnelles (sex : clients, prestataires...)

Temps de travail, implication au travail

En France, les salariés ont le droit minimum à 5 semaines de congés payés et 11 jours fériés

En France, les salariés ont le droit minimum à 5 semaines de congés payés et 11 jours fériés

En France, les salariés font souvent grève

En France, les salariés font souvent grève

En France, les salariés peuvent arriver tard le matin sur leur lieu de travail

En France, les salariés peuvent arriver tard le matin sur leur lieu de travail

La plupart des Français n'ont pas une mentalité d'entrepreneurs

La plupart des Français n'ont pas une mentalité d'entrepreneurs

En France, les salariés ne sont pas très travailleurs

En France, les salariés ne sont pas très travailleurs

8 AU-DELÀ DE LEUR ROMANTISME, LES FRANCAIS(ES) RENVOIENT AUSSI L'IMAGE D'UN PEUPLE TRÈS LIBRE SEXUELLEMENT, qui parle plus facilement de sexe que d'argent...

Q: D'après vous, chacune des affirmations suivante sur les Français est-elle vraie ou fautive ?

Rapport au genre

La plupart des Françaises et des Français sont romantiques

PROPORTION D'AMÉRICAINS* POUR QUI C'EST « VRAI »

La plupart des Françaises et des Français sont romantiques

En France, nombre d'hommes peuvent s'avérer être très insistants avec une femme pour avoir une relation sexuelle avec elle

En France, nombre d'hommes peuvent s'avérer être très insistants avec une femme pour avoir une relation sexuelle avec elle

Sexualité

En France, les gens parlent plus facilement de leur vie sexuelle que de leurs revenus

En France, les gens parlent plus facilement de leur vie sexuelle que de leurs revenus

A Paris, il est admis socialement d'avoir des relations sexuelles sans lendemain

A Paris, il est admis socialement d'avoir des relations sexuelles sans lendemain

A Paris, il est fréquent d'avoir des relations sexuelles avec une personne du même sexe

A Paris, il est fréquent d'avoir des relations sexuelles avec une personne du même sexe

A Paris, les femmes et les hommes ont facilement des rapports sexuels dès le premier soir

A Paris, les femmes et les hommes ont facilement des rapports sexuels dès le premier soir

Relations de couple

En France, il est fréquent qu'une femme soit en couple avec un homme beaucoup plus jeune

En France, il est fréquent qu'une femme soit en couple avec un homme beaucoup plus jeune

En France, il est admis socialement d'avoir des relations sexuelles avec une autre personne que celle avec laquelle on est marié

En France, il est admis socialement d'avoir des relations sexuelles avec une autre personne que celle avec laquelle on est marié

